

「直恕 言我」

吴国辉 
SHU WO ZHI YAN

到底要记者跟什么保持一致
这是一个需要勇气的传媒时代
守住你的独立精神

新闻学院的学生为什么越学越糊涂
记者群落里的“掇客”

合肥工业大学出版社

凶辉



合肥工业大学出版社

恕我直言



做一名有独立思考精神的新闻人

芮必峰

在我看来，新闻要想真正成为历史的初稿，需要两个基本条件：一是讲真话，二是思想之光的烛照。

新京报社社长戴自更在总结八年办报历程时就曾说过：“新京报的成功是遵循新闻规律的成功。新京报的最高标准，也是最基本的标准，就是尽可能真实报道，尽可能说真话。”这其实也成为每一个新闻人共同的追求。

或许在很多人看来，新闻人要讲真话似乎不应该成为一个问题，新闻没有真实性就失去了存在的意义，但在现实语境下，一个新闻人能够在自己的新闻生涯中一以贯之地做到敢讲真话、善讲真话，又是何其难矣！

我感到欣慰的是，在不少媒体以娱乐至死、泡沫横飞、语不惊人死不休为核心价值取向的年代里，我的业界朋友吴国辉先生捧出了《恕我直言》这本书。这是一位新闻人执著追求的记录，独立思考的结晶。

据我了解，国辉上世纪80年代即与新闻结缘，90年代更是毅然放弃“金饭碗”，来到创业时期的《新安晚报》，从普通记者到版面编辑，再到新闻中心主任。在长达14年的新闻一线工作中，他以其极强的新闻捕捉力、判断力和思考力，先后写下大量脍炙人口的新闻作品。给我印象最深的是他对安徽大学何家庆老

师的采访与挖掘，正是通过他在全中国率先的报道，使这位清贫乐道、默默奉献的普通教师成为了家喻户晓的全国劳动模范。国辉回忆他对何家庆的采访时说，采访伴随的是对心灵的洗礼：“我至今还认为，这一次是倾听，而不是采访，因为我的采访本上没有留下一个字，但心灵深处却珍藏了更多更宝贵的东西”。这种直触人物内心深处的对话，使更多读者在冷静的阅读之中感受到真实的温暖与力量。这其实也正是新闻和新闻工作的魅力之所在。

斯蒂芬·茨威格在《人类群星闪耀时》中写道：“一个人生命中最大的幸运，莫过于在他的人生中途，即在他年富力强的时候发现了自己的使命。”国辉或许就是这样一个幸运的人。而更为幸运的是，他在进入新闻行业之初，就有意识地保持着独立思考、不断总结的习惯，每日三省吾身，并写下了丰富的评报笔记、新闻博客和论文。收在这本《恕我直言》中，就是国辉日常思考与总结的结晶。尽管他一直自谦这些文字都是随手所写、随感而发，但倘若静心阅读，就会发现其中正浸润着一位职业新闻人的新闻理想、新闻态度以及人文坚守。

一直以来，很多人对于新闻实战总有一种刻板成见，认为实战无非只是“术”的运用与延展，缺少“学”的深邃与高度。“新闻无学”论调更是一度甚嚣尘上，将理性思考拒之于新闻实践的大门之外。而国辉的这本书，或许可以从另外一个层面，对“学”与“术”的关系作出回答。

我注意到，在新闻实战中，国辉始终自觉坚持职业理念，遵守新闻传播的内在规定性，注重情绪的控制与调节，强调新闻要回到零度边界，恪守客观、中立、公正的基本原则。比如，他特意撰文谈到了舆论监督报道中的细节把握问题，这在很多人看来似乎有点小题大做，但他却直言不讳地写道：“现在的舆论监督已到了‘纠缠细节’的时代。尽管我们许多报道主体事实都准确无误，但由于细节部分表述和叙述存在差误，都会使自己陷入尴尬境地。我要提醒大家的是，防止这种纠缠，不要企望被批评对象的理解，只能靠我们自己。在新闻报道中要牢记和遵守‘平衡报道’原则：在突出报道一种主要因素时，还要顾及其他因素，特别是相反的因素；在突出报道一种主要意见时，还要注意出其他意见，特别是相反的意见。”这种理性的思考与坚守，自然会让新闻报道远离主观片面、夸大其词，追求耸人听闻的偏颇，最终赢得媒体的公信力。

新闻是一个需要时刻保持激情的职业。但很多时候，激情又反过来会伤害新闻本身，甚至导致新闻走向另外一个极端——非理性。面对当前诸多媒体愈演愈烈的炒作行径，国辉始终保持着难得的清醒：“其实，媒体的理性不仅仅关乎媒体本身的选择和自由，媒体的理性在社会理性思维中起着重要的作用，如果我们无视这一点，只为自己的利益或追求轰动而炒作，都会使我们的新闻偏离‘理性报道’这一终极目标。”

坚守职业精神，既能让媒体人看到自身的责任，又会深深懂得新闻报道的边界。正如普利策所说，“倘若国家是一条航行在海上的船，新闻记者就是船头的瞭望者。他要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，及时发出警告”。换言之，舆论监督不仅是新闻媒体不可推卸的责任担当，也是和谐社会建设的有力保证。当然，监督有的时候会阻力重重，即便日常的舆论监督可能会遇到“扣帽子”、“告黑状”、“软对抗”等阻碍，但新闻人最应该选择的不是退却，而是坚守独立的精神，为民说话，为民代言。这是一切新闻媒体存在的根本价值。

或许正因为拥有这种始终将读者、将普通民众放在内心最深处的职业情怀，在国辉对于新闻和新闻工作的观察与思考中，我们会经常看到一个关键词：人文关怀。在他看来，媒体关怀是新闻媒体始终不能放弃的“第四重境界”：“媒体无论报道什么，如何报道，有一点必须牢记，不能缺失人文关怀。我们所有的报道都必须体现以人为本的思想，一方面要让我们的文字有温度，有亲和力和感染力。另一方面要利用媒体善于整合社会资源的优势，积极吸引各种力量介入，承担各自所能承担的社会功能，彰显媒体的人文关怀意识”。

这种人文关怀不仅仅是对整个社会命运、家国命运的宏大叙事，更应该是对于每一个微小个体的关注与尊重。他说：“当我们在心底无原则地视大众利益重于个体利益，并将它作为人文关怀的底线时，实际上已陷入一种有违人文关怀的误区里。媒体要关注社会大众整体利益，更应关注和呵护每一个‘个体’的利益，这才是文明社会的最基本特征。从这个意义上讲，媒介的人文关怀底线，恰恰应该是维护和尊重个体利益。”

基于这种内化于心的新闻理念，他坚持认为，媒体要尊重的不仅仅是事实本身，而是事实中的人的感情和隐私，这才是媒体人文关怀的底线。一旦媒体在此问题上“晚节不保”，就必须作出真诚的道歉

与反思。比如对于人们深恶痛绝的虚假新闻问题，国辉并未因为身在媒体就为同行护短，他提出：“虚假新闻不仅违背了新闻报道的原则和新闻人的职业道德，因此，虚假新闻绝不是一声道歉所能了结的，而应上升到法律的层面来追究。如果出现虚假新闻，只是让媒体道歉一声而不负法律责任，这可能是对媒体的最大宽容，媒体应当是求之不得的。”

之所以一直保持着对于自身近于苛刻的追问与反思，或许与长期萦绕在国辉心头的一个根本命题有关：记者是什么？在一篇短文里，他这样写道：“一个真正的记者，无论何种情况，都必须守住道德的底线，留住自己的良心。这应当成为我们每天唯一需要自省的‘严重问题’。”这种面对自我、面对灵魂的叩问，这一不断审视的“严重问题”，其实既是理论问题也是实践问题，它们恰恰又是被当下中国不少新闻人所忽略的问题。

通读全书可以发现，国辉的思考并非仅仅着眼于自身所经历的新闻实战、所服务的新闻媒体，而是站在了新闻职业精神和媒体未来命运的视角，高屋建瓴，对新闻的运作、规律、内在规定性、人文底色等做出了独特而深刻的思考。这对于每一个关心新闻、热爱新闻的人，都无疑具有极大的启迪意义。更可贵的是，整个书稿少有陈词滥调，少有条条框框，少有政治标签。文字鲜活且充满个性，看似平常但内藏珠玑，是一本对新闻实践者和理论研究者都有参考价值的书。当作者邀我为这本书作序时，我欣然应允，写下这些文字，表达我对于一位职业新闻人的认同与敬意。

如今，国辉先生已涉足新的领域，率领一帮年轻人全身心投入新安晚报“全媒体”的运营工作。他风趣地说自己是“老牛吃嫩草”，其实他们是在为新安晚报这个传统媒体打造一个新的“诺亚方舟”。相信他会在这个新的领域，坚持思考的本色，体悟出更多的新闻思想，我期待着看到国辉更多的关于新闻的文字。我相信，无论媒体形态如何变更，新闻人所要追求和思考的东西永远不会变，还是那句话——作为一个新闻人，我们未必能将所有的真话都说出来，但说出来的一定都是真话！

（本文作者 教育部新闻学教学指导委员会委员、安徽省政协委员、安徽大学新闻传播学院院长、教授，博士生导师）

2011年12月20日

目录

/001/ 序：做一名有独立思考精神的新闻人

上编 新闻观察与态度

/003/ 媒体需要成熟的“原声”

/005/ 当新闻成为“死信”

/007/ 我监督 故我在

/011/ 到底要记者跟什么保持一致

/015/ 记者群落里的“掮客”

/018/ 媒体的非理性表现

/021/ 学院“新闻”和媒体“新闻”

/024/ 新闻学院的学生为什么越读越糊涂

/027/ 加上记者名字，丢了记者人格

/029/ 政府要主动给媒体提供新闻线索

/032/ 这是一个需要勇气的传媒时代

/034/ 都在“海吹”

/036/ 让我们相互关怀

/038/ 伤害往往在不知不觉中发生

/040/ 做一个心中无憾的新闻人

/042/ 媒介情感和人文关怀“底线”在哪里

/044/ 媒体“道歉机制”的疑惑

- /047/ 新闻的“四重境界”
- /049/ 守住你的独立精神
- /051/ 媒体为何互唱“反调”
- /053/ 你清楚该问谁吗
- /056/ 媒体在新闻博弈中的角色
- /059/ 换个角度看“公路晒粮”
- /061/ 抢与不抢
- /063/ 报纸为什么“阳痿”了
- /065/ 反舆论监督之“扣帽子”
- /067/ 反舆论监督之“找上面”
- /069/ 反舆论监督之“告黑状”
- /071/ 反舆论监督之“封杀法”
- /073/ 反舆论监督之“软对抗”
- /075/ 反舆论监督之“屏蔽术”
- /077/ 为何不给记者颁奖
- /079/ 假新闻与错新闻
- /082/ 不要“伪发言人制度”
- /085/ 新闻为何泡了
- /087/ 不如改成“中国宣传奖”
- /089/ “无过错合理怀疑”能成为“福音”吗
- /091/ 到底拿什么感动读者
- /094/ 不可或缺的是爱心
- /097/ 报业集团不是“多子多福”
- /099/ 谁还会向“一财”表示尊敬
- /101/ 言和可以，但真相不容模糊
- /104/ 一起小事故缘何传成“大爆炸”
- /109/ 他们“拒绝”了什么
- /113/ 梦笔生花，非新闻为何炒成了新闻

/120/ 记者是什么？

/121/ 为何守不住“新闻贞操”

/123/ 媒体首先要考虑对社会大众负责

下编 新闻实战与主张

/129/ 平衡报道，让“双方”都说话

/132/ 完稿后再看两遍

/134/ 标题还是要有点“味道”

/136/ 眼睛永远要朝下

/139/ “抢新闻”必须天天讲

/141/ 跑机关的“机关”

/143/ 到现场，抓活的

/146/ 挑选“精细粮”给读者

/149/ 新闻衍生和延伸

/151/ 拼质量，不是拼版面数量

/153/ 构建自己的“资讯源”

/156/ 我们为什么没有拿下“眼球”

/158/ 不能让对手击中我们的点数太多

/161/ 故事性和故事化真的很重要

/164/ 将独特的新闻强化出来

/168/ 不要“雷同”

/171/ 不要漏失有价值的新闻点

/178/ 新闻策划要注意哪些基本原则

/184/ 做独特新闻，需要什么样的能力？

/190/ 可读性差和同质化，如何才能避免？

/201/ 媒体公信力，到底来之何处？

/207/ 新闻价值从哪儿入手判断

- /210/ 采访伴随着心灵的洗礼进行
——采访“摩芋大王”何家庆的前前后后
- /220/ 金融危机背景下大学生就业报道实战和体会
- /227/ 从一双眼睛到一场行动
——大型公益活动“阳光天使行动”回顾
- /234/ 明天我们还有水喝吗？
- /242/ 请老外来家过大年
- /250/ 邀市民当一天记者
- /257/ “重大主题”的晚报化尝试
——80版《崛起》专题报道前前后后
- /261/ 我们的努力方向
- /267/ 新闻取向、报纸风格、记者尊严及其他
- /271/ 有什么样的采编管理体系就有什么样的核心竞争力
- /276/ 五报考察手记

/284/ 后记

上 编

新闻观察与态度

◀ ◀ 2006年3月23日

媒体需要成熟的“原声”

一家有影响的主流媒体首先要在受众中树立较好的形象。一个自身形象较好的媒体首先是一个在重大新闻事件面前能够及时发出声音的媒体。因此，对于发生在一个地方的重大新闻，当地媒体首先要发出和能发出准确、成熟的“原声”。

读者常常有这样的不满，遇到一些重大突发事件时，当地媒体常常失声，读者只能从外地媒体上去寻找相关信息。这不仅给一些小道消息留下了传播的空间，也使地方媒体处于尴尬境地，形象在读者中大打折扣。

我们承认，一些媒体由于自身的采编素质，常常会在重要新闻面前“缺席”、“失语”，或对重大事件报道把握不准。然而，有时候或大多数时候，媒体往往受制于外来力量。有关部门在“引导”媒体传播的同时，应该充分考虑和尊重媒体的报道权，这样，既可以使主流和权威声音及时得以传播，又满足了读者对重大事件的知情权，更重要的是维护了当地媒体在受众中的形象。

当新闻“原声道”畅通后，接下来就看在一个地方的传播系统中，哪家媒体能以理性的、崭新的传播语言和传

一家有影响的主流媒体首先要在受众中树立较好的形象。一个自身形象较好的媒体首先是一个在重大新闻事件面前能够及时发出声音的媒体。

一张报纸是否主流，是否被受众认可，不取决于行政的力量，更不取决于“红头文件”，而是取决于读者的选择和市场的认可。

播模式吸引和满足受众了。受众欢迎谁，谁的声音就会最强，谁就能成为主流。一张报纸是否主流，是否被受众认可，不取决于行政的力量，更不取决于“红头文件”，而是取决于读者的选择和市场的认可。

传媒研究者认为，受众对一个媒体的注意力高低取决于媒体传播内容和形式的质量，取决于这个媒体的话语体系和表达方式。进一步说，媒体自身在受众中的形象，来自受众对媒体所发布新闻的真实性、权威性的认定程度，而不是取决于内容是正面报道还是负面报道。同样，媒体自身也应该明白，传媒在竞争中选择关注度比较高的敏感题材，与“揭黑幕”和“炒作”并不能简单对等起来，通过制造“轰动效应”来赢取受众关注和市场份额，是一种不成熟的媒体心态。一个媒体有及时传播事件真相的权利，更负有正确传播社会价值观的责任。

载《新安晚报》

2005年1月8日

当新闻成为“死信”

一篇新闻经过采访和编辑最后刊登在报纸上，如果根本没人看，你能给这样的新闻找到一个最好的名词吗？

这不是一个无聊的问题。因为，每天的报纸上都充斥着大量的此类新闻，它实际上涉及传媒最基本的死活问题。

昨天，看到《读书》杂志上黄旦先生的一篇文章，提到有关“死信”的话题。1852年，美国邮政总局成立了一个“死信处”，专门负责处理无处投递、没人接收的信件，被人称为“邮件太平间”。据估算，每年进入这个“太平间”的邮件多达五千多万件。

“死信”，再恰当不过的比喻了，那些没有人读的无用新闻，不就是无处投递和没人接收的“死信”吗？

媒体制作新闻本身不是目的，将包含大量信息的新闻有效地进行传播才是目的。因此，记者、编辑除了要具备新闻采写的意识，还必须有新闻传播的意识，即考虑自己采写的新闻是否有用、有效，是否有传播价值。然而，实际情况却是，大多数的记者和编辑缺乏后一种意识，就像契诃夫笔下的人物万卡，知道写信给爷爷康司坦丁·玛卡雷奇，但不知道在信封上写地址。他们往往只管将稿件采

媒体制作新闻本身不是目的，将包含大量信息的新闻有效地进行传播才是目的。因此记者、编辑除了要具备新闻采写的意识，还必须有新闻传播的意识。

写出来，却不管自己的新闻登出来后，读者需要不需要，读者爱看不爱看。

我所在的报社，记者实行计分制，写一个头条计15分，写个短消息计2分，这种考核办法的问题在于，只考虑新闻稿件的采写本身，而没有考虑新闻稿件的传播结果。也许，记者所写的新闻根本没有人看，但分照样计，奖金照样拿。在这样一种考核机制下，各类无用的、重复的、过时的信息便充斥报纸的版面。这些新闻一上版面就成了无人接收的“死信”，报纸也就成了这些无用新闻的“太平间”。

更可怕的是，报纸越来越厚，媒体越办越多，看上去媒体繁荣、信息发达，但由于内容趋同，问题同质，相互克隆，结果却是信息过剩和泛滥，在这种过剩和泛滥中，许多信息成了没有“投递地址”的“死信”。媒体新闻“死信”现象，不仅是媒体本身的资源浪费，也加剧了信息的污染。正因为这一点，美国已经有人提出了“信息环保”的命题。

据说，基督教有一个观念：没有灵魂的信件，犹如失去灵魂的人体，只能是一具尸体。美国邮政总局成立“死信处”可能就是源于此。那么，当新闻没有人读，当报纸没有人买，这些新闻和报纸不都像失去灵魂的人体一样吗？对此，又有多少记者、多少媒体从生与死的高度思考过这个问题？

载《新安晚报》

◀ ◀ 2004年5月26日

我监督 故我在

最近，湖北省下发了一个支持舆论监督的文件，本来是好消息，但由于文件中的“歧视”条款，反而引起了争议。

该文件强调，为充分发挥新闻舆论的监督作用，改进党委与政府的工作，规定对于中央电视台、人民日报等中央级媒体涉及湖北的舆论监督报道，当地有关地方、部门必须在报道后的当天或第二天向省委、省政府的监察部门作出情况反馈，并及时调查处理，等等。

昨日，看到有人在《新京报》上撰文说，看完这则新闻，既喜又忧。喜的是新闻舆论的监督作用能够得到省一级党政决策者的高度关注，是一件好事情；忧的是湖北省的文件中明确规定，只有“中央媒体的批评性报道”才享受“当天反馈”的“待遇”。这意味着对于非中央媒体的批评性报道，湖北省的各地各部门可能没有及时响应的责任。

然而，我看了此消息后，既不喜，也不忧。

为何不喜？舆论监督是媒体的权利，媒体在行使舆论监督权时，根本无需被监督者同意不同意，支持不支持，愿意不愿意。尽管现在媒体开展舆论监督非常艰难，但媒

舆论监督是媒体的权利，媒体在行使舆论监督权时，根本无需被监督者同意不同意，支持不支持，愿意不愿意。